

PERSEPSI NASABAH TERHADAP IMPLEMENTASI TRANSFORMASI LAYANAN DIGITAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP SAMPANG MADURA

Lutvi Alamsyah¹, Mahasinul Wahib²

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto
Email: ¹lutvitjia5@gmail.com, ²mahasinulwahib@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi transformasi layanan digital pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sampang Madura, memahami persepsi nasabah terhadap implementasi tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi persepsi nasabah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan terdiri atas Branch Manager, Customer Service (CS), dan empat nasabah BSI KCP Sampang yang terdiri atas dua nasabah usia lanjut dan dua nasabah usia muda. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, sedangkan keabsahan data diperiksa melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI KCP Sampang telah menyediakan berbagai kanal digital, antara lain BYOND by BSI, QRIS, Net Banking, ATM/CDM, layanan customer service digital, dan BSI Contact 14040. Namun, implementasi belum optimal karena mayoritas nasabah masih memilih transaksi tatap muka dan sebagian nasabah yang telah melakukan registrasi aplikasi belum menjadi pengguna aktif. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), nasabah usia muda cenderung memiliki persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan yang lebih baik sehingga membentuk sikap, niat, dan penggunaan aktual yang positif. Sebaliknya, nasabah usia lanjut menghadapi hambatan pada persepsi kemudahan penggunaan yang berkaitan dengan kekhawatiran terhadap kesalahan transaksi, peretasan, dan penipuan. Persepsi nasabah dipengaruhi oleh faktor internal berupa usia, pendidikan, literasi digital, kondisi psikologis, dan kesiapan adaptasi, serta faktor eksternal berupa kondisi geografis, sosial-budaya, dan intensitas edukasi bank. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan dan pendampingan pengguna.

Kata kunci: *Persepsi Nasabah; Transformasi Digital; Perbankan Syariah; Technology Acceptance Model; BSI.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of digital service transformation at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sampang Madura, examine customers' perceptions of the implementation, and identify factors influencing those perceptions. The study employed a qualitative approach with a phenomenological design. Primary data were collected through observation, interviews, and documentation. Informants consisted of the Branch Manager, a Customer Service (CS) officer, and four BSI KCP Sampang customers comprising two older customers and two younger customers. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing and verification, while data validity was examined through triangulation. The findings show that BSI KCP Sampang has provided several digital channels, including BYOND by BSI, QRIS, Net Banking, ATM/CDM, digital customer service, and BSI Contact 14040. However, implementation has not been optimal because most customers still prefer face-to-face transactions and some customers who have registered the application have not become active users. Based on the Technology Acceptance Model (TAM), younger customers tend to

perceive higher usefulness and ease of use, which contribute to positive attitudes, intentions, and actual use. Older customers, in contrast, experience barriers related to perceived ease of use, particularly concerns about transaction errors, hacking, and digital fraud. Customer perceptions are influenced by internal factors—age, education, digital literacy, psychological condition, and readiness to adapt—and external factors such as geographical and socio-cultural conditions and the intensity of bank education. These findings indicate that digital transformation depends not only on technological availability but also on user readiness and sustained assistance.

Keywords: *Customer Perception; Digital Transformation; Islamic Banking; Technology Acceptance Model; BSI.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam industri perbankan. Digitalisasi tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana pendukung transaksi¹, tetapi telah menjadi bagian dari strategi bank dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas akses, serta menyesuaikan layanan dengan kebutuhan masyarakat. Bank Indonesia (2026) melaporkan bahwa sepanjang 2025 transaksi ekonomi dan keuangan digital Indonesia terus mengalami pertumbuhan, didukung oleh meningkatnya penggunaan aplikasi *mobile banking*, *internet banking*, dan QRIS. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital semakin menjadi bagian dari aktivitas keuangan masyarakat².

Perubahan tersebut juga terjadi pada industri perbankan syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank syariah yang secara aktif melakukan transformasi layanan melalui pengembangan berbagai kanal digital. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah peluncuran BYOND by BSI pada November 2024 sebagai pengembangan layanan digital BSI. Pada Januari 2025, BSI mencatat BYOND telah diunduh lebih dari 2 juta pengguna dan digunakan untuk sekitar 15 juta transaksi sejak peluncurannya³.

Pertumbuhan penggunaan layanan digital BSI terus berlanjut. Pada Maret 2025, jumlah pengguna BYOND telah mencapai sekitar 3,5 juta pengguna. BSI menyatakan bahwa pertumbuhan tersebut didukung oleh berbagai fitur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi finansial, sosial, dan aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan spiritual⁴.

Perkembangan tersebut semakin terlihat pada akhir 2025. Bank Syariah Indonesia melaporkan bahwa jumlah pengguna layanan *mobile banking* telah melampaui 9 juta pengguna, yang terdiri atas sekitar 6 juta pengguna BYOND dan lebih dari 3 juta pengguna BSI Mobile. Pada periode yang sama, transaksi BYOND mencapai lebih dari 730 juta transaksi dengan nilai transaksi sekitar Rp820 triliun⁵.

Memasuki 2026, transformasi digital BSI masih terus dikembangkan. Pada Agustus 2026, BSI melaporkan bahwa jumlah pengguna *mobile banking* telah menembus 10 juta pengguna. BSI juga terus

¹ Danuri, Muhamad. "Perkembangan dan transformasi teknologi digital." *Jurnal ilmiah infokam* 15.2 (2019).

² Ardianto, Risna, et al. "Transformasi digital danantisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan." *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2.1 (2024): 80-88.

³ Dwiyan, Rika. *Analisis Faktor Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan Byond by BSI di Kelurahan Bandar Jaya Barat*. Diss. IAIN Metro, 2025.

⁴ Azizi, Nadya Apriza, Khotibul Umam, and Fadllan Fadllan. "Determinants of Generation Z's Interest in Using BYOND by BSI: An Empirical Study: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan BYOND by BSI: Studi Empiris." *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 9.2 (2025): 98-119.

⁵ Salsabila, Zakiya. *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, fitur layanan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan mobile banking Bank Syariah Indonesia: Studi pada pengguna Byond by BSI di Kota Malang*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2026.

mengembangkan fitur BYOND, termasuk pembukaan rekening, pembiayaan, investasi emas, layanan haji dan umrah, ZISWAF, serta berbagai fitur sosial dan spiritual. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital BSI tidak hanya diarahkan pada transaksi perbankan, tetapi juga pada pengembangan ekosistem layanan yang terintegrasi dalam satu platform⁶.

Meskipun perkembangan layanan digital menunjukkan peningkatan, pertumbuhan jumlah pengguna tidak secara otomatis menunjukkan bahwa seluruh nasabah memiliki persepsi yang sama terhadap transformasi digital. Nasabah memiliki karakteristik yang berbeda berdasarkan usia, tingkat pendidikan, pengalaman menggunakan teknologi, kebiasaan bertransaksi, serta kemampuan memahami layanan digital. Oleh karena itu, keberadaan layanan digital perlu dilihat tidak hanya dari sisi teknologi yang disediakan oleh bank, tetapi juga dari pengalaman dan persepsi nasabah sebagai pengguna layanan.

Persepsi nasabah menjadi penting karena keberhasilan implementasi teknologi sangat berkaitan dengan penerimaan pengguna. Dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi berkaitan dengan persepsi pengguna mengenai manfaat (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Meskipun teori dasar TAM dikembangkan oleh Davis (1989), konsep tersebut masih relevan digunakan untuk menganalisis penerimaan layanan digital karena kedua aspek tersebut berkaitan dengan bagaimana pengguna menilai suatu teknologi sebelum menggunakannya secara berkelanjutan.

Dalam konteks perbankan digital, *perceived usefulness* dapat terlihat dari sejauh mana nasabah merasakan manfaat layanan digital, seperti mempercepat transaksi, memberikan kemudahan akses, mengurangi kebutuhan datang ke kantor cabang, serta menyediakan berbagai layanan dalam satu aplikasi. Sementara itu, *perceived ease of use* berkaitan dengan sejauh mana nasabah merasa bahwa aplikasi mudah dipahami dan digunakan. Selain kedua aspek tersebut, keamanan juga menjadi perhatian dalam penggunaan layanan digital karena aktivitas perbankan melibatkan data pribadi dan transaksi keuangan. BSI sendiri menyatakan bahwa penguatan transformasi digital diarahkan untuk menghadirkan layanan yang mudah, aman, dan inklusif bagi masyarakat⁷.

Dalam pelaksanaannya, transformasi digital BSI juga tidak sepenuhnya menghilangkan layanan konvensional. BSI masih mempertahankan berbagai kanal layanan, seperti kantor cabang, ATM/CRM, BSI Agen, serta kanal digital. Pada 2025, BSI bahkan mengembangkan BYOND Mobility sebagai layanan bergerak untuk menjangkau masyarakat di daerah yang lebih jauh dari kantor cabang sekaligus memberikan edukasi dan aktivasi layanan digital (Bank Syariah Indonesia, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital dapat berjalan berdampingan dengan layanan tatap muka untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang memiliki tingkat penerimaan teknologi yang berbeda.

Kondisi tersebut relevan dengan penelitian pada Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura. Karakteristik nasabah pada tingkat kantor cabang dapat berbeda dengan kondisi pengguna layanan digital secara nasional. Perbedaan usia, pendidikan, pengalaman menggunakan teknologi, kebiasaan transaksi, serta tingkat pemahaman terhadap layanan digital dapat membentuk persepsi yang berbeda terhadap transformasi layanan digital. Oleh karena itu, penelitian pada tingkat kantor cabang diperlukan untuk mengetahui bagaimana transformasi digital yang dilakukan BSI dipahami dan dirasakan secara langsung oleh nasabah.

⁶ Fakhrezy, Moh Zaky. *Pengaruh kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah pengguna Aplikasi BYOND By BSI dengan kepuasan sebagai variabel mediasi: Studi kasus pada Nasabah Bank BSI Kota Malang*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2026.

⁷ Hestiyanti, Siti Fatimah. *Pengaruh brand image, brand awareness, dan brand trust terhadap minat penggunaan layanan Bank Syariah Indonesia pada gen z di Kota Malang*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025.

Penelitian ini tidak hanya melihat keberadaan teknologi digital, tetapi juga berusaha memahami pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan tersebut. Persepsi positif dapat muncul ketika nasabah merasakan layanan digital memberikan manfaat, mudah digunakan, cepat, dan membantu memenuhi kebutuhan transaksi. Sebaliknya, persepsi yang berbeda dapat muncul ketika nasabah mengalami kesulitan menggunakan aplikasi, kurang memahami fitur, memiliki kekhawatiran terhadap keamanan, atau masih merasa lebih nyaman menggunakan layanan secara langsung di kantor cabang.

Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk mengkaji transformasi layanan digital dari perspektif nasabah pada konteks lokal. Data BSI menunjukkan peningkatan penggunaan BYOND dan layanan *mobile banking* secara nasional, tetapi data tersebut belum secara langsung menggambarkan bagaimana nasabah pada BSI KCP Sampang Madura memahami dan merasakan perubahan layanan tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini diarahkan untuk menggali pengalaman dan persepsi nasabah secara lebih mendalam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berjudul “Persepsi Nasabah terhadap Implementasi Transformasi Digital Layanan Perbankan pada Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura.” Penelitian ini berfokus pada tiga hal, yaitu: (1) bagaimana implementasi transformasi layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura; (2) bagaimana persepsi nasabah terhadap implementasi transformasi layanan digital tersebut; dan (3) faktor apa saja yang memengaruhi persepsi nasabah dalam menerima dan menggunakan layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologi. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, dan pemaknaan informan terhadap fenomena transformasi layanan digital pada perbankan syariah. Fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman subjektif informan dalam mengalami dan memaknai penggunaan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya dari perspektif nasabah serta pihak internal bank. Menurut Creswell dan Poth (2024)⁸, penelitian fenomenologi berfokus pada pengalaman hidup individu terhadap suatu fenomena tertentu dan bagaimana pengalaman tersebut dimaknai oleh individu yang mengalaminya.

Penelitian dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura, yang beralamat di Jl. KH. Wahid Hasyim No. 24, Sampang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa BSI KCP Sampang Madura merupakan unit layanan perbankan yang berhadapan langsung dengan nasabah dalam penerapan transformasi layanan digital. Penelitian dilaksanakan pada Juni 2026 dan proses pengumpulan data dilakukan hingga informasi yang diperoleh dinilai telah memadai untuk menjawab fokus penelitian.

Informan penelitian ditentukan menggunakan purposive sampling⁹, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik tersebut digunakan karena tidak semua pihak memiliki pengalaman dan informasi yang relevan mengenai implementasi transformasi layanan digital. Informan internal terdiri atas Branch Manager dan Customer Service, sedangkan informan eksternal terdiri atas empat nasabah BSI yang memiliki pengalaman menggunakan atau berinteraksi dengan layanan digital BSI. Pemilihan nasabah dilakukan dengan

⁸ Suriandjo, Hendrik Suryo. "The role of grounded theory in understanding urban society and design: A review based on Creswell and Poth." *Global Science* 5.2 (2024): 1-4.

⁹ Ismail, I. H. "Pendekatan Kualitatif." *Dipetik Desember* 2 (2024): 2024.

mempertimbangkan perbedaan kelompok usia untuk memperoleh variasi pengalaman dan persepsi terhadap layanan digital.

Adapun informan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kategori Informan	Jumlah	Kriteria/Fokus Informasi
Branch Manager	1 orang	Memahami kebijakan, strategi, dan implementasi transformasi layanan digital pada kantor cabang
Customer Service	1 orang	Berinteraksi langsung dengan nasabah dan memahami proses pelayanan serta kendala penggunaan layanan digital
Nasabah usia lanjut	2 orang	Nasabah BSI yang pernah menggunakan atau memperoleh informasi mengenai layanan digital BSI
Nasabah usia muda	2 orang	Nasabah BSI yang pernah menggunakan layanan digital BSI dan memiliki pengalaman dalam melakukan transaksi digital

Dengan demikian, jumlah informan dalam penelitian ini adalah enam orang, yang terdiri atas dua informan internal dan empat informan eksternal. Jumlah tersebut tidak ditentukan berdasarkan pertimbangan statistik, tetapi berdasarkan relevansi pengalaman informan terhadap fenomena yang diteliti. Pengumpulan informan dilakukan sampai diperoleh informasi yang memadai dan tidak ditemukan lagi informasi substantif baru yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder¹⁰. Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumen yang berkaitan dengan layanan dan transformasi digital BSI.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pelayanan di BSI KCP Sampang Madura, khususnya proses interaksi antara petugas dan nasabah yang berkaitan dengan penggunaan layanan digital. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi nyata implementasi layanan digital di lokasi penelitian.

Wawancara dilakukan secara semiterstruktur dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah disusun berdasarkan fokus penelitian. Wawancara kepada pihak internal diarahkan untuk memperoleh informasi mengenai implementasi transformasi digital, bentuk layanan yang tersedia, proses edukasi kepada nasabah, serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya. Sementara itu, wawancara kepada nasabah diarahkan untuk menggali pengalaman mereka dalam menggunakan layanan digital, persepsi mengenai manfaat dan kemudahan, tingkat kenyamanan, keamanan, kendala penggunaan, serta alasan dalam memilih menggunakan atau tidak menggunakan layanan digital.

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa dokumen, informasi layanan digital, materi edukasi, foto kegiatan penelitian, serta dokumen lain yang relevan dengan objek penelitian. Penggunaan dokumentasi bertujuan melengkapi informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

¹⁰ Tersiana, Andra. *Metode penelitian*. Anak Hebat Indonesia, 2018.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara interaktif sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Model analisis data mengacu pada Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan¹¹.

Tahap pertama adalah kondensasi data, yaitu proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengelompokkan, dan mengorganisasikan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada tahap ini, data dikelompokkan berdasarkan tema yang berkaitan dengan implementasi transformasi digital, persepsi nasabah, manfaat, kemudahan, keamanan, pengalaman penggunaan, serta kendala layanan digital.

Tahap kedua adalah penyajian data, yaitu menyusun data yang telah dikondensasikan dalam bentuk uraian naratif, matriks, atau pengelompokan tema sehingga hubungan antarinformasi dapat dipahami dengan lebih jelas. Penyajian data dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pihak internal bank dan nasabah.

Tahap ketiga adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Kesimpulan ditarik berdasarkan pola, tema, dan hubungan yang ditemukan dalam data penelitian. Kesimpulan tersebut kemudian diverifikasi secara terus-menerus dengan membandingkannya kembali dengan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki dasar empiris yang memadai (Miles, Huberman, & Saldaña, 2020).

Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari informan internal, yaitu Branch Manager dan Customer Service, dengan informasi yang diperoleh dari nasabah. Perbandingan tersebut dilakukan untuk melihat kesesuaian maupun perbedaan pandangan mengenai implementasi dan pengalaman penggunaan layanan digital.

Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informasi dari hasil wawancara tidak langsung dijadikan dasar kesimpulan, tetapi dibandingkan dengan hasil pengamatan dan dokumen pendukung yang tersedia. Dengan demikian, keabsahan data tidak hanya didasarkan pada satu sumber atau satu teknik pengumpulan data.

Selain triangulasi, peneliti melakukan member checking dengan mengonfirmasi kembali informasi tertentu kepada informan apabila diperlukan, terutama ketika terdapat pernyataan yang memerlukan klarifikasi. Proses tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan maksud yang disampaikan oleh informan. Dengan prosedur tersebut, penelitian diharapkan menghasilkan temuan yang kredibel dan dapat menggambarkan pengalaman serta persepsi informan terhadap implementasi transformasi layanan digital pada BSI KCP Sampang Madura.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Transformasi Layanan Digital di BSI KCP Sampang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSI KCP Sampang telah mengimplementasikan transformasi layanan digital melalui sejumlah kanal. BYOND by BSI digunakan untuk transaksi seperti pengecekan saldo, mutasi rekening, transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan paket data, serta fitur lain yang mendukung transaksi mandiri. QRIS menjadi bagian dari pengembangan ekosistem pembayaran nontunai, termasuk pada pedagang dan mitra usaha. BSI Net Banking menyediakan akses perbankan

¹¹ Tampubolon, Manotar. "Metode penelitian." (2023).

berbasis internet, sedangkan ATM/CDM mendukung transaksi mandiri. Selain itu tersedia layanan customer service digital dan BSI Contact 14040.

Dari sisi kebijakan, pihak bank mendorong nasabah baru maupun lama untuk menggunakan layanan digital. Akan tetapi, temuan lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan infrastruktur dengan perilaku penggunaan. Customer Service menyampaikan bahwa banyak nasabah masih datang langsung ke kantor, termasuk untuk transaksi dengan nominal relatif kecil. Kondisi tersebut berkontribusi terhadap antrean layanan tatap muka.

Temuan lain adalah adanya nasabah yang telah melakukan registrasi aplikasi tetapi tidak menjadi pengguna aktif. Observasi juga menunjukkan bahwa teller dan meja Customer Service tetap dipadati nasabah untuk transaksi sederhana, sementara fasilitas ATM/CDM relatif lebih sepi pada waktu pengamatan. Dengan demikian, transformasi digital telah berjalan pada tingkat penyediaan fasilitas dan pengenalan layanan, tetapi perubahan kebiasaan pengguna menuju penggunaan digital yang berkelanjutan belum sepenuhnya tercapai.

Persepsi Nasabah terhadap Layanan Digital

Wawancara dengan empat nasabah memperlihatkan perbedaan persepsi antara kelompok usia lanjut dan usia muda. Pada kelompok usia lanjut, layanan digital cenderung dipandang rumit dan berisiko. Kekhawatiran utama berkaitan dengan kemungkinan salah menekan fitur, salah melakukan transaksi, peretasan akun, dan penipuan digital. Kekhawatiran tersebut dapat menurunkan rasa percaya diri dan mendorong nasabah meminta pendampingan ketika menggunakan layanan.

Pada kelompok usia muda, layanan digital lebih banyak dipandang dari sisi praktis, cepat, dan efisien. Pengalaman menggunakan aplikasi digital dalam aktivitas sehari-hari membantu membentuk persepsi bahwa layanan perbankan digital mudah dipelajari dan sesuai dengan kebutuhan transaksi. Salah satu temuan yang menarik adalah munculnya peran anggota keluarga sebagai pendamping bagi anggota keluarga yang lebih tua dalam belajar menggunakan aplikasi.

Aspek	Nasabah usia lanjut	Nasabah usia muda
Persepsi kemanfaatan	Belum optimal dirasakan karena hambatan penggunaan	Dipandang praktis dan efisien
Kemudahan penggunaan	Cenderung dianggap rumit	Relatif mudah dipahami
Risiko yang dirasakan	Takut salah transaksi, diretas, atau ditipu	Lebih rendah dalam pengalaman informan
Sikap terhadap layanan	Cenderung ragu dan menghindari	Cenderung positif
Penggunaan aktual	Belum menjadi kebiasaan berkelanjutan	Lebih rutin menggunakan layanan digital

Analisis Berdasarkan Technology Acceptance Model

Temuan pada nasabah usia muda menunjukkan pola yang relatif sesuai dengan alur TAM. Persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan terbentuk dari pengalaman bahwa aplikasi membantu transaksi menjadi lebih cepat dan praktis. Persepsi tersebut mendukung sikap positif, meningkatkan niat menggunakan, dan berujung pada penggunaan aktual yang lebih rutin.

Pada nasabah usia lanjut, perceived ease of use menjadi hambatan yang lebih menonjol. Ketika aplikasi dipersepsikan sulit, nasabah belum memiliki kesempatan yang cukup untuk merasakan manfaatnya. Kekhawatiran psikologis kemudian membentuk sikap ragu atau menghindar, sehingga niat

menggunakan dan penggunaan aktual menjadi rendah. Kondisi registrasi tanpa penggunaan aktif menunjukkan bahwa akses formal terhadap teknologi belum identik dengan penerimaan teknologi.

Temuan tersebut juga dapat dibaca sebagai kesenjangan digital generasional. Perbedaan usia dan pengalaman dengan teknologi menghasilkan perbedaan dalam cara pengguna menilai manfaat, kemudahan, dan risiko. Karena itu, strategi digital tidak cukup menggunakan pendekatan yang sama bagi seluruh segmen nasabah.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Nasabah

Berdasarkan wawancara dan observasi, faktor yang memengaruhi persepsi nasabah dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan eksternal.

1. Faktor internal: usia, tingkat pendidikan, literasi digital, kondisi psikologis, serta kesiapan beradaptasi dengan teknologi.
2. Faktor eksternal: kondisi geografis, karakter sosial-budaya masyarakat Sampang yang masih mengutamakan interaksi tatap muka, serta intensitas dan pendekatan edukasi yang dilakukan bank.

Faktor internal dan eksternal saling berinteraksi. Nasabah dengan usia lebih lanjut dan literasi digital yang rendah memiliki ambang kesiapan yang lebih tinggi untuk menerima teknologi baru. Dalam kondisi demikian, edukasi dan pendampingan yang intensif menjadi lebih penting. Pihak bank telah melakukan edukasi baik di dalam kantor maupun melalui kegiatan seminar atau sosialisasi di luar kantor, tetapi temuan penelitian menunjukkan bahwa perubahan persepsi membutuhkan proses yang berulang dan personal.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi transformasi layanan digital pada BSI KCP Sampang Madura tidak hanya berkaitan dengan kesiapan teknologi, tetapi juga dengan kemampuan nasabah dalam menerima dan memanfaatkan teknologi tersebut. Ketersediaan berbagai kanal layanan digital menunjukkan bahwa secara kelembagaan BSI telah menyediakan infrastruktur yang mendukung perubahan pola pelayanan dari konvensional menuju digital. Namun, keberadaan fasilitas digital belum secara otomatis menghasilkan tingkat penggunaan yang sama pada seluruh nasabah. Perbedaan pengalaman, kemampuan, kebiasaan, dan tingkat kenyamanan dalam menggunakan teknologi menyebabkan penerimaan terhadap layanan digital menjadi beragam.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital perlu dipahami melalui dua aspek yang saling berkaitan, yaitu kesiapan sistem dan penerimaan pengguna. Kesiapan sistem berkaitan dengan tersedianya fasilitas dan layanan digital yang dapat digunakan nasabah, sedangkan penerimaan pengguna berkaitan dengan sejauh mana nasabah memahami, menerima, dan menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas perbankan. Dengan demikian, jumlah nasabah yang telah melakukan registrasi layanan digital belum dapat sepenuhnya menggambarkan keberhasilan transformasi digital apabila tidak diikuti dengan penggunaan secara aktif dan berkelanjutan.

Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi mengenai manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam penerimaan suatu teknologi¹². Nasabah yang merasakan bahwa layanan digital memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat transaksi, mempermudah akses layanan, dan mengurangi kebutuhan untuk datang ke kantor cabang, cenderung memiliki pengalaman yang lebih positif terhadap teknologi. Sebaliknya,

¹² Fecira, Dipinti, and Tengku Mohd Khairal Abdullah. "Analisis penerimaan e-learning menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2.04 (2020): 35-50.

ketika nasabah menganggap penggunaan aplikasi sulit atau membutuhkan bantuan dalam melakukan transaksi, penerimaan terhadap teknologi dapat menjadi lebih terbatas.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan yang positif secara berulang memiliki peran dalam membentuk penerimaan nasabah. Ketika nasabah berhasil menggunakan layanan digital untuk melakukan transaksi tertentu dan merasakan manfaatnya, pengalaman tersebut dapat memperkuat keyakinan bahwa layanan digital dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan perbankan. Sebaliknya, pengalaman kesulitan pada tahap awal dapat membuat nasabah kembali menggunakan layanan tatap muka. Hal ini memperlihatkan bahwa penerimaan teknologi merupakan proses yang tidak berhenti pada tahap registrasi, tetapi berkembang melalui pengalaman penggunaan aktual.

Pada nasabah yang masih mengalami keraguan, pendampingan dari petugas bank menjadi salah satu faktor yang membantu proses adaptasi terhadap layanan digital. Pendampingan dapat mengurangi kesulitan yang dirasakan nasabah ketika mempelajari fitur dan prosedur penggunaan layanan. Dalam konteks TAM, bantuan tersebut dapat berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi kemudahan penggunaan karena nasabah memperoleh pengalaman langsung mengenai cara mengoperasikan layanan digital. Dengan demikian, edukasi dan pendampingan tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas pelayanan, tetapi juga menjadi bagian dari proses penerimaan teknologi¹³.

Menariknya, penelitian menemukan bahwa anggota keluarga juga dapat berperan dalam membantu nasabah memahami layanan digital. Temuan ini menunjukkan adanya proses pembelajaran informal di luar lingkungan bank. Nasabah yang belum terbiasa dengan teknologi dapat memperoleh bantuan dari anak, saudara, atau anggota keluarga lain yang lebih memahami penggunaan perangkat digital. Pola tersebut memperlihatkan bahwa proses adopsi teknologi tidak selalu berlangsung secara individual, tetapi dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosial pengguna. Dalam masyarakat yang memiliki hubungan keluarga yang kuat, dukungan keluarga dapat menjadi salah satu sumber bantuan ketika nasabah menghadapi kesulitan dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Temuan mengenai perbedaan penerimaan berdasarkan usia juga menunjukkan bahwa karakteristik pengguna perlu menjadi pertimbangan dalam pelaksanaan transformasi digital. Nasabah yang lebih terbiasa menggunakan teknologi cenderung lebih mudah beradaptasi dengan layanan digital, sedangkan nasabah yang jarang menggunakan aplikasi perbankan membutuhkan penjelasan dan pendampingan yang lebih intensif. Perbedaan tersebut tidak berarti bahwa kelompok usia tertentu tidak dapat menerima teknologi, tetapi menunjukkan bahwa kebutuhan edukasi dan bentuk pendampingan dapat berbeda antara satu kelompok nasabah dengan kelompok lainnya.

Aspek keamanan juga menjadi bagian penting dalam persepsi nasabah terhadap layanan digital. Layanan perbankan berkaitan dengan data pribadi dan transaksi keuangan sehingga kekhawatiran mengenai keamanan dapat memengaruhi kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan digital. BSI sendiri terus mendorong literasi digital dan keamanan transaksi seiring dengan peningkatan penggunaan layanan digital. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital perlu berjalan bersama dengan edukasi mengenai keamanan, terutama mengenai perlindungan data pribadi, kerahasiaan PIN dan OTP, serta kewaspadaan terhadap modus penipuan digital¹⁴.

¹³ Aditya, Ricky, and Aditya Wardhana. "Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia." *Jurnal Siasat Bisnis* 20.1 (2016): 24-32.

¹⁴ Ali, Hapzi, Hamdan Hamdan, and M. Rizky Mahaputra. "Faktor eksternal perceived ease of use dan perceived usefulness pada aplikasi belanja online: Adopsi technology accepted model." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1.3 (2022): 587-604.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan perkembangan layanan digital BSI secara nasional. BSI melaporkan bahwa jumlah pengguna *mobile banking* telah melampaui 9 juta pengguna pada akhir 2025 dan terus meningkat hingga mencapai 10 juta pengguna pada 2026. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin luasnya pemanfaatan kanal digital BSI, tetapi pada tingkat kantor cabang tetap diperlukan perhatian terhadap karakteristik dan kebutuhan pengguna secara individual¹⁵.

Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa transformasi digital pada BSI KCP Sampang Madura bukan hanya persoalan menyediakan teknologi, tetapi juga bagaimana teknologi tersebut dapat diterima, dipahami, dan digunakan oleh nasabah. Perbedaan persepsi antara nasabah yang telah terbiasa menggunakan layanan digital dan nasabah yang masih membutuhkan bantuan menunjukkan pentingnya pendekatan pelayanan yang disesuaikan dengan karakteristik pengguna. Nasabah yang masih kurang percaya diri memerlukan edukasi dan pendampingan yang sederhana serta personal, sedangkan nasabah yang telah terbiasa menggunakan layanan digital dapat diarahkan untuk memanfaatkan fitur yang lebih beragam.

Secara keseluruhan, temuan penelitian memperkuat pandangan bahwa keberhasilan transformasi layanan digital perlu dilihat dari kualitas pengalaman dan keberlanjutan penggunaan, bukan semata-mata dari jumlah nasabah yang telah melakukan registrasi. Pendekatan yang sederhana, personal, edukatif, dan berkelanjutan dapat membantu mengurangi hambatan penggunaan, meningkatkan persepsi kemudahan dan manfaat, serta mendukung proses penerimaan layanan digital oleh berbagai kelompok nasabah di BSI KCP Sampang Madura.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi nasabah terhadap implementasi transformasi layanan digital pada Bank Syariah Indonesia KCP Sampang Madura, dapat disimpulkan bahwa transformasi layanan digital telah diterapkan melalui berbagai kanal, antara lain BYOND by BSI, QRIS, Internet Banking, ATM/CDM, layanan digital melalui Customer Service, dan BSI Call 14040. Ketersediaan berbagai kanal tersebut menunjukkan bahwa BSI KCP Sampang telah menyediakan alternatif layanan yang memungkinkan nasabah melakukan aktivitas perbankan secara lebih fleksibel. Namun, implementasi dari sisi penggunaan belum sepenuhnya merata karena masih terdapat nasabah yang lebih memilih layanan tatap muka dan nasabah yang telah melakukan registrasi layanan digital tetapi belum menggunakannya secara aktif dan berkelanjutan.

Persepsi nasabah terhadap layanan digital menunjukkan adanya perbedaan pengalaman berdasarkan karakteristik pengguna, terutama usia dan pengalaman menggunakan teknologi. Nasabah usia muda cenderung memandang layanan digital sebagai sarana yang praktis, cepat, dan efisien karena dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan transaksi tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Sementara itu, sebagian nasabah usia lanjut masih menghadapi kendala dalam memahami fitur dan prosedur penggunaan layanan digital serta memiliki perhatian lebih terhadap keamanan transaksi. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat kenyamanan dan intensitas penggunaan layanan digital antarnasabah tidak seragam.

Perbedaan persepsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor internal meliputi usia, tingkat pendidikan, pengalaman menggunakan teknologi, literasi digital, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan layanan. Sementara itu, faktor eksternal meliputi dukungan dan pendampingan dari petugas bank, bantuan anggota keluarga, lingkungan sosial, serta intensitas edukasi yang diberikan oleh

¹⁵ Setiawati, Ira, Paulus Th Basuki Hadiprajitno, and Muhammad Noor Ardiansah. "Perspektif Model TAM Dalam Adaptasi Pembelajaran Akuntansi Melalui E-Learning Selama Pandemi COVID-19." *J. Akunt. Bisnis* 19.1 (2021): 36.

pihak bank. Faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman nasabah dalam menerima dan menggunakan layanan digital.

Ditinjau dari Technology Acceptance Model (TAM), temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi aspek penting dalam penerimaan layanan digital. Nasabah yang merasakan manfaat secara langsung dan memperoleh pengalaman penggunaan yang mudah cenderung lebih terbuka untuk menggunakan layanan digital secara berkelanjutan. Sebaliknya, kesulitan dalam memahami teknologi dan kekhawatiran terhadap risiko dapat menjadi hambatan dalam proses penerimaan dan penggunaan layanan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan TAM dalam konteks perbankan syariah di tingkat daerah perlu mempertimbangkan karakteristik demografis dan lingkungan sosial pengguna.

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi transformasi layanan digital pada BSI KCP Sampang Madura tidak cukup dilakukan dengan menyediakan kanal digital, tetapi juga perlu diikuti dengan edukasi, pendampingan, dan pendekatan pelayanan yang disesuaikan dengan karakteristik nasabah. Nasabah yang belum terbiasa menggunakan teknologi memerlukan proses edukasi yang sederhana dan bertahap, sedangkan nasabah yang telah terbiasa menggunakan layanan digital dapat diberikan informasi mengenai pemanfaatan fitur yang lebih luas. Evaluasi terhadap proses *onboarding* dan pendampingan penggunaan juga penting agar keberhasilan transformasi digital tidak hanya diukur berdasarkan jumlah nasabah yang melakukan registrasi, tetapi juga berdasarkan penggunaan layanan secara aktif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Ricky, and Aditya Wardhana. "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia." *Jurnal Siasat Bisnis* 20, no. 1 (2016): 24–32.
- Ali, Hapzi, Hamdan Hamdan, and M. Rizky Mahaputra. "Faktor Eksternal Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness pada Aplikasi Belanja Online: Adopsi Technology Accepted Model." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1, no. 3 (2022): 587–604.
- Ardianto, Risna, et al. "Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan." *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 80–88.
- Azizi, Nadya Apriza, Khotibul Umam, and Fadllan Fadllan. "Determinants of Generation Z's Interest in Using BYOND by BSI: An Empirical Study: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan BYOND by BSI: Studi Empiris." *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 9, no. 2 (2025): 98–119.
- Danuri, Muhamad. "Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital." *Jurnal Ilmiah Infokam* 15, no. 2 (2019).
- Fakhrezy, Moh Zaky. *Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus pada Nasabah Bank BSI Kota Malang*. Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2026.
- Fecira, Dipinti, and Tengku Mohd Khairal Abdullah. "Analisis Penerimaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)." *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora* 2, no. 4 (2020): 35–50.
- Hestiyanti, Siti Fatimah. *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Syariah Indonesia pada Gen Z di Kota Malang*. Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025.

- Ismail, I. H. "Pendekatan Kualitatif." *Dipetik Desember 2* (2024): 2024.
- Salsabila, Zakiya. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Fitur Layanan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia: Studi pada Pengguna BYOND by BSI di Kota Malang*. Tesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2026.
- Setiawati, Ira, Paulus Th. Basuki Hadiprajitno, and Muhammad Noor Ardiansah. "Perspektif Model TAM dalam Adaptasi Pembelajaran Akuntansi melalui E-Learning Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Akuntansi Bisnis* 19, no. 1 (2021): 36.
- Suriandjo, Hendrik Suryo. "The Role of Grounded Theory in Understanding Urban Society and Design: A Review Based on Creswell and Poth." *Global Science* 5, no. 2 (2024): 1–4.
- Tampubolon, Manotar. *Metode Penelitian*. 2023.
- Tersiana, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018.